

2017-2022年中国健康体检 市场研究与未来前景预测报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2017-2022年中国健康体检市场研究与未来前景预测报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.abaogao.com/b/qita/A718944LU1.html>

报告价格：印刷版：RMB 7000 电子版：RMB 7200 印刷版+电子版：RMB 7500

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

二、说明、目录、图表目录

健康体检是用医学手段和方法进行身体检查，这里包括临床各科室的基本检查，包括超声、心电、放射等医疗设备检查，还包括围绕人体的血液、尿便的化验检查。健康体检是以健康为中心的身体检查。一般医学家认为健康体检是指在身体尚未出现明显疾病时，对身体进行的全面检查。方便了解身体情况，筛查身体疾病。即应用体检手段对健康人群的体格检查，就是“健康体检”，或称之为“预防保健性体检”。

健康体检用于了解受检者健康状况，根据检查结果，明确有无异常体征，进一步分析这些异常体征的性质。有些异常体征本身就是生理性变异，可以定期复查，有些异常体征可能是疾病危险因素，需要通过健康促进手段去干预和纠正；而有些体征则就是疾病的诊断依据，需要进一步检查和确诊。

体格检查是医疗的诊断环节，是医疗的第一步，是针对症状或疾病及其相关因素的诊察手段。由于以往都是有病才去找大夫，一般把以疾病诊治为目的的体检，称之为“医疗性体检”。在办理入职、入学、入伍、驾照、出国、结婚、保险等手续时的体检，是以某项特定工作或行为的体检，称之为“社会性体检”。而针对未病、初病或将病的健康或亚健康人群的体检，属于健康体检。

随着食品安全问题的日益突显，人们越来越多的把注意力放在了自身健康情况的提前判断上，“有病早治、无病预防”的健康理念逐渐深入人心，从“患病求医”向“健康管理”的转变也已经成为21世纪世界医疗卫生体系的重要思想。因此，我国各地医疗卫生机构相继推出以“健康为中心”的体检服务以满足人们的需求。这些健康体检机构主要为健康人群提供体检服务，并且发展迅速，成为全国健康管理的重要组成部分，对我国医疗卫生事业的发展做出了重要贡献。

目前国内的体检市场主要四分天下，为医院、疗养院、门诊部和健康体检中心所占领。很多医院认识到，健康体检中心是医院创收和新的经济增长点。甚至已经有人提出在不久的将来，医疗、器械和健康体检将成为医院三足鼎立的收入来源。

全国每年有近亿人进行体检，市场规模在100亿左右，而高端体检市场大约占整个体检市场的近三分之一。体检市场规模正以每年2位数的速度增长，其中高端消费市场以每年30%的速度递增，市场潜力巨大。随着人们生活水平及保健意识的提高，人们越来越认识到日常保健、定期检查对于健康的重要性，作为健康产业中当前的热点，体检业务正在各地兴起，健康体检市场前景十分看好。

智研数据研究中心发布的《2017-2022年中国健康体检市场研究与未来前景预测报告》共十一章。首先介绍了健康体检市场行业市场发展环境、健康体检市场整体运行态势等，接着分

析了健康体检行业市场运行的现状，然后介绍了健康体检市场市场竞争格局。随后，报告对健康体检市场做了重点企业经营状况分析，最后分析了健康体检市场行业发展趋势与投资预测。您若想对健康体检市场产业有个系统的了解或者想投资健康体检市场行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

报告目录：

第一章 中国健康体检行业发展环境分析

1.1 健康体检行业概念及产业链分析

1.1.1 健康体检行业定义

1.1.2 健康体检行业产业链简介

1.1.3 健康体检行业上游分析

（1）健康体检行业上游分析

（2）健康体检行业下游分析

1.2 健康体检行业政策环境分析

1.2.1 健康体检行业管理体制

1.2.2 健康体检行业政策法规

（1）《健康体检管理暂行规定》

（2）《健康体检基本项目目录》

（3）《关于进一步鼓励和引导社会资本举办医疗机构的意见》

1.2.3 健康体检行业发展规划

（1）《关于促进健康服务业发展的若干意见》

（2）《成都市健康产业发布规划（2012-2017）》

1.2.4 健康体检行业政策环境影响分析

1.3 健康体检行业需求环境分析

1.3.1 居民健康意识变化情况

1.3.2 居民健康状况分析

（1）中国居民健康状况不容乐观

（2）慢性病成主要健康威胁因素

(3) 健康体检对于预防慢性病具有重要意义

1.3.3 居民支付能力分析

(1) 城乡居民人均收入情况

(2) 城乡居民人均医疗保健支出情况

(3) 城乡居民人均医疗保健支出地区结构

1.3.4 健康体检行业需求环境影响分析

第二章 健康体检行业发展分析

2.1 国际健康体检行业发展现状

2.1.1 国际健康体检行业发展现状

2.1.2 国际健康体检模式分析

(1) 日本健康体检模式

(2) 英美健康体检模式

(3) KYN健康体检模式

2.1.3 国际健康体检模式经验借鉴

2.1.4 国际健康体检机构发展分析

(1) 英国BUPA健检中心

1) 企业发展简况

2) 企业主营业务分析

3) 企业竞争优势分析

(2) 英国Nuffield医疗集团

1) 企业发展简况

2) 企业主营业务分析

3) 企业竞争优势分析

(3) 美国Kaiser Permanente

1) 企业发展简况

2) 企业主营业务分析

3) 企业竞争优势分析

(4) 美国Swedish Covenant Hospital

1) 企业发展简况

2) 企业主营业务分析

3) 企业竞争优势分析

(5) 日本PL东京健康管理中心

- 1) 企业发展简况
- 2) 企业主营业务分析
- 3) 企业竞争优劣势分析

(6) 日本圣路加医院预防医疗中心

- 1) 企业发展简况
- 2) 企业主营业务分析
- 3) 企业竞争优劣势分析

(7) 日本赤十字社熊本健康管理中心

- 1) 企业发展简况
- 2) 企业主营业务分析
- 3) 企业竞争优劣势分析

(8) 台湾美兆MJ诊所

- 1) 企业发展简况
- 2) 企业主营业务分析
- 3) 企业竞争优劣势分析

2.1.5 国际健康体检行业发展趋势分析

2.2 中国健康体检行业发展现状

2.2.1 健康体检发展历程

2.2.2 健康体检行业发展意义

- (1) 健康体检可以有效预防多种疾病
- (2) 健康体检可以有效节省医疗费用支出
- (3) 健康体检具有较好的社会效益

2.2.3 健康体检行业存在问题及解决对策

2.2.4 健康体检行业基本运行情况

- (1) 健康体检市场容量
- (2) 健康体检机构分类
- (3) 健康体检服务形式
- (4) 健康体检费用分析

2.3 中国健康体检市场运作分析

2.3.1 健康体检市场运作方式分析

- (1) 与医院的合作

(2) 与中介机构的合作

(3) 保险公司的介入

2.3.2 健康体检市场运作趋势

2.4 中国健康体检细分市场分析

2.4.1 老年健康体检市场分析

2.4.2 儿童健康体检市场分析

2.4.3 女性健康体检市场分析

2.4.4 职业白领健康体检市场分析

2.4.5 高端客户群健康体检市场分析

2.4.6 社区卫生服务健康体检市场分析

2.5 中国健康体检行业面临机遇与挑战

2.5.1 健康体检行业发展机遇

2.5.2 健康体检行业面临威胁

第三章 中国健康体检行业运营模式探究

3.1 健康体检机构运营模式分析

3.1.1 公立医院体检中心运营模式

3.1.2 专业体检中心运营模式

3.1.3 社区医疗服务中心运营模式

3.1.4 第三方健康体检机构运营模式

3.2 健康体检行业产品运营模式分析

3.2.1 体验式健康体检模式

3.2.2 管理式健康体检模式

3.2.3 自助式健康体检模式

3.2.4 站式健康体检模式

3.2.5 未来式健康体检模式

第四章 中国健康体检机构市场竞争分析

4.1 公立医院体检中心SWOT分析

4.1.1 公立医院体检中心比较优势

4.1.2 公立医院体检中心比较劣势

4.1.3 公立医院体检中心发展机遇

- 4.1.4 公立医院体检中心面临威胁
- 4.2 民营体检机构市场SWOT分析
 - 4.2.1 民营体检机构市场发展历程与特点
 - (1) 发展历程
 - (2) 发展特点
 - 4.2.2 民营体检机构比较优势
 - 4.2.3 民营体检机构比较劣势
 - 4.2.4 民营体检机构发展机遇
 - 4.2.5 民营体检机构面临威胁
- 4.3 疗养院健康体检机构市场SWOT分析
 - 4.3.1 疗养院健康体检机构比较优势
 - 4.3.2 疗养院健康体检机构比较劣势
 - 4.3.3 疗养院健康体检机构发展机遇
 - 4.3.4 疗养院健康体检机构面临威胁
- 4.4 门诊部健康体检机构市场SWOT分析
 - 4.4.1 门诊部健康体检机构比较优势
 - 4.4.2 门诊部健康体检机构比较劣势
 - 4.4.3 门诊部健康体检机构发展机遇
 - 4.4.4 门诊部健康体检机构面临威胁

第五章 中国新型农村合作医疗健康体检的模式研究

- 5.1 新型农村合作医疗进展
 - 5.1.1 中国新型农村合作医疗制度基本内容
 - (1) 新型农村合作医疗制度发展目标
 - (2) 新型农村合作医疗制度实施原则
 - (3) 新型农村合作医疗制度筹资标准
 - 5.1.2 新型农村合作医疗制度特征分析
 - 5.1.3 新型农村合作医疗制度覆盖水平
- 5.2 新型农村合作医疗健康体检内涵
 - 5.2.1 新型农村合作医疗健康体检内涵
 - 5.2.2 新型农村合作医疗健康体检主体
 - (1) 医疗机构——健康体检的经办者

(2) 地方政府——健康体检的组织和管理者

(3) 参合农民——健康体检的直接参与者和受益者

5.3 新型农村合作医疗健康体检不同模式比较

5.3.1 新型农村合作医疗健康体检模式界定

5.3.2 不同健康体检模式的设计与内容

5.3.3 不同健康体检模式的实施效果

5.3.4 不同健康体检模式优缺点分析

5.4 新型农村合作医疗健康体检存在问题及建议

5.4.1 新型农村合作医疗健康体检存在问题

5.4.2 新型农村合作医疗健康体检发展建议

(1) 政策建议

(2) 建设建议

(3) 组织建议

(4) 实施建议

(5) 管理建议

第六章 中国健康体检行业营销模式及策略分析

6.1 健康体检群体心理需求分析

6.1.1 健康体检群体平等心理

6.1.2 健康体检群体消费心理

6.1.3 健康体检群体便捷心理

6.1.4 健康体检群体疑病心理

6.1.5 健康体检群体恐惧心理

6.2 健康体检行业营销体系

6.2.1 健康体检行业营销组合

(1) 目标市场细分与定位

(2) 如何满足顾客的需求

6.2.2 健康体检行业营销技巧

(1) 广告营销

(2) 非广告营销

(3) 整合营销技巧

6.2.3 健康体检行业营销模式

(1) 数据库营销

(2) 交易营销

(3) 关系营销

(4) 知识营销

6.3 健康体检行业产品策略

6.3.1 服务实体设计

6.3.2 衍生服务设计

6.3.3 品牌定位设计

6.3.4 服务特点营造

6.3.5 个性服务设计

6.4 健康体检行业价格策略

6.4.1 产品基本价格

6.4.2 产品促销价格

6.4.3 产品付款方式

6.4.4 产品条件设计

6.5 健康体检行业渠道策略

6.5.1 网点设计

6.5.2 时间设计

6.5.3 配套设备

6.6 健康体检行业促销策略

6.6.1 广告宣传

6.6.2 人员推销

6.6.3 营业推广

6.6.4 公共关系

6.6.5 客户挖掘

6.7 健康体检行业质量策略

6.7.1 技术人员

6.7.2 设备性能

6.7.3 检诊质量

6.7.4 健康指导

6.7.5 医院感染

6.8 健康体检行业管理策略

6.8.1 营销潜力

6.8.2 营销增长点

6.8.3 营销检查与考核

6.9 健康体检行业网络策略

6.9.1 网络推广

6.9.2 网络咨询

6.9.3 网络预约

6.9.4 体检客户关系管理系统

第七章 中国健康体检行业发展趋势分析

7.1 健康体检行业总体发展趋势分析

7.1.1 健康体检市场发展趋势

- (1) 健康体检与健康管理相结合
- (2) 健康体检与医疗服务相结合
- (3) 健康体检与健康保险相结合
- (4) 健康体检连锁化与规模化经营
- (5) 专业体检机构市场集中度上升

7.1.2 健康体检机构发展趋势

- (1) 医检分离是趋势
- (2) 资质认证是前提
- (3) 行业整合是保证

7.1.3 健康体检行业需求趋势

7.2 健康管理行业发展现状与趋势分析

7.2.1 健康管理必要性

7.2.2 健康管理服务形式

- (1) 健康体检
- (2) 健康咨询
- (3) 健康研究
- (4) 健康科技
- (5) 健康教育
- (6) 健康管理
- (7) 健康服务

7.2.3 健康管理盈利模式

- (1) 以健康体检为主的盈利模式
- (2) 以网络服务为主的盈利模式
- (3) 以健康评估为主的盈利模式
- (4) 以健康咨询为主的盈利模式
- (5) 以康复管理为主的盈利模式
- (6) 以养老院为主的盈利模式
- (7) 以保健品销售为主的盈利模式
- (8) 以发展就医服务为主的盈利模式
- (9) 以社区常见慢性病管理为主的盈利模式

7.2.4 健康管理公司分类

- (1) 体检主导型
- (2) 中药调理型
- (3) 资源整合型
- (4) 自我服务型
- (5) 技术服务型
- (6) 私人医生型

7.2.5 健康管理应用现状

- (1) 健康管理在企业中的应用
- (2) 健康管理在健康保险中的应用
- (3) 健康管理在社区卫生服务中的应用

7.2.6 健康管理存在问题

7.2.7 健康管理延伸服务模式

7.2.8 健康管理与健康体检关系

7.2.9 健康管理发展前景展望

7.2.10 健康管理发展趋势及挑战

- (1) 健康管理发展趋势
- (2) 健康管理面临挑战

7.3 健康保险行业发展现状与趋势分析

7.3.1 健康保险行业发展历程

7.3.2 健康保险发展模式比较

- (1) 商业医疗保险模式

(2) 国家医疗保险模式

(3) 社会医疗保险模式

(4) 储蓄医疗保险模式

7.3.3 健康保险行业经济运行

(1) 保费收入

(2) 赔付支出

(3) 市场格局

7.3.4 健康保险行业发展趋势

7.4 数字化健康体检行业发展现状与趋势分析

7.4.1 数字化健康体检行业发展背景

(1) 医疗信息化行业发展意义

(2) 医疗信息化行业发展历程

(3) 医疗信息化行业市场规模

1) 总体市场规模

2) 硬件市场规模

3) 软件和服务市场规模

(4) 医疗信息化解决方案细分市场

(5) 医疗信息化行业前景展望

7.4.2 数字化健康体检相关概述

(1) 数字化与健康体检

(2) 不同机构数字化系统区别

7.4.3 数字化健康体检机构区域分布

7.4.4 慈铭数字化健康体检探索成果

(1) 慈铭数字化信息系统三大组成部分

(2) 慈铭数字化健康体检软件四大特点

(3) 慈铭数字化信息系统十二大管理软件

7.4.5 数字化健康体检行业发展趋势

(1) 数字化健康体检标准研究

(2) 电子病历XML应用体系研究

(3) 数字化健康体检机构与数字化医院对接研究

第八章 中国健康体检行业重点省市投资潜力分析

8.1 上海健康体检行业投资潜力分析

8.1.1 上海健康体检行业需求分析

- (1) 上海人口规模
- (2) 上海卫生机构数量
- (3) 上海医疗保险参保人数
- (4) 上海城乡居民医疗保健支出水平

8.1.2 上海健康体检行业竞争趋势

(1) 上海健康体检市场竞争格局

1) 品牌阵营

2) 竞争区域

3) 市场份额

(2) 上海健康体检市场竞争要素

1) 品牌力分析

2) 品牌价格策略

3) 品牌服务质量

4) 品牌定位与形象

5) 品牌广告与推广

(3) 上海健康体检市场竞争趋势

8.1.3 上海健康体检行业SWOT分析

(1) 上海健康体检行业优势分析

(2) 上海健康体检行业劣势分析

(3) 上海健康体检行业机遇分析

(4) 上海健康体检行业威胁分析

(5) 上海健康体检行业发展对策

8.1.4 上海健康体检行业发展潜力

(1) 上海健康体检机构及数量

(2) 上海健康体检市场容量分析

(3) 上海健康体检市场潜力分析

8.2 北京健康体检行业投资潜力分析

8.2.1 北京健康体检行业需求分析

(1) 北京人口规模

(2) 北京卫生机构数量

(3) 北京医疗保险参保人数

(4) 北京城乡居民医疗保健支出水平

8.2.2 北京健康体检行业发展潜力

(1) 北京健康体检机构及数量

(2) 北京健康体检市场容量分析

(3) 北京健康体检市场潜力分析

8.3 河北健康体检行业投资潜力分析

8.3.1 河北健康体检行业需求分析

(1) 河北人口规模

(2) 河北卫生机构数量

(3) 河北医疗保险参保人数

(4) 河北城乡居民医疗保健支出水平

8.3.2 河北健康体检行业发展潜力分析

(1) 河北健康体检机构及数量

(2) 河北健康体检市场容量分析

(3) 河北健康体检市场潜力分析

8.4 天津健康体检行业投资潜力分析

8.4.1 天津健康体检行业需求分析

(1) 天津人口规模

(2) 天津卫生机构数量

(3) 天津医疗保险参保人数

(4) 天津城乡居民医疗保健支出水平

8.4.2 天津健康体检行业发展潜力分析

(1) 天津健康体检机构及数量

(2) 天津健康体检市场容量分析

(3) 天津健康体检市场潜力分析

8.5 浙江健康体检行业投资潜力分析

8.5.1 浙江健康体检行业需求分析

(1) 浙江人口规模

(2) 浙江卫生机构数量

(3) 浙江医疗保险参保人数

(4) 浙江城乡居民医疗保健支出水平

8.5.2 浙江健康体检行业发展潜力分析

- (1) 浙江健康体检机构及数量
- (2) 浙江健康体检市场容量分析
- (3) 浙江健康体检市场潜力分析

8.6 江苏健康体检行业投资潜力分析

8.6.1 江苏健康体检行业需求分析

- (1) 江苏人口规模
- (2) 江苏卫生机构数量
- (3) 江苏医疗保险参保人数
- (4) 江苏城乡居民医疗保健支出水平

8.6.2 江苏健康体检行业发展潜力分析

- (1) 江苏健康体检机构及数量
- (2) 江苏健康体检市场容量分析
- (3) 江苏健康体检市场潜力分析

8.7 深圳健康体检行业投资潜力分析

8.7.1 深圳从业人员健康体检质量分析

- (1) 检出率总体情况
- (2) 检出率地区比较
- (3) 检出率病种比较
- (4) 检出率机构比较

8.7.2 深圳健康体检行业发展潜力分析

- (1) 深圳健康体检机构及数量
- (2) 深圳健康体检市场容量分析
- (3) 深圳健康体检市场潜力分析

第九章 中国健康体检行业领先机构综合竞争力分析

9.1 健康体检机构总体发展分析

9.2 健康体检领先机构竞争力分析

9.2.1 美年大健康产业（集团）有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业股权结构
- (3) 企业经营情况分析

- (4) 企业业务范围分析
- (5) 企业健康体检模式
- (6) 企业服务网点分布
- (7) 企业客户分析
- (8) 企业竞争优势分析
- (9) 企业投资合作与战略并购
- (10) 企业最新发展动向分析

9.2.2 慈铭健康体检管理集团股份有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
 - 1) 主要经济指标分析
 - 2) 企业盈利能力分析
 - 3) 企业运营能力分析
 - 4) 企业偿债能力分析
 - 5) 企业发展能力分析
- (3) 企业业务范围分析
- (4) 企业健康体检模式
- (5) 企业服务网点分布
- (6) 企业客户分析
- (7) 企业设备环境分析
- (8) 企业业务信息化分析
- (9) 企业质控体系
- (10) 企业竞争优势分析
- (11) 企业最新发展动向分析

9.2.3 爱康国宾健康体检管理集团

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
 - 1) 主要经济指标分析
 - 2) 企业盈利能力分析
 - 3) 企业运营能力分析
 - 4) 企业偿债能力分析
 - 5) 企业发展能力分析

- (3) 企业业务范围分析
- (4) 企业健康体检模式
- (5) 企业服务网点分布
- (6) 企业客户分析
- (7) 企业设备环境分析
- (8) 企业融资情况分析
- (9) 企业竞争优劣势分析
- (10) 企业最新发展动向分析

9.2.4 北京美兆健康体检中心有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业业务范围分析
- (4) 企业健康体检模式
- (5) 企业客户分析
- (6) 企业设备环境分析
- (7) 企业竞争优劣势分析

9.2.5 国药阳光健康科技有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业业务范围分析
- (4) 企业健康体检模式
- (5) 企业服务网点分布
- (6) 企业客户分析
- (7) 企业竞争优劣势分析
- (8) 企业最新发展动向分析

9.2.6 红鬃马医院投资管理（集团）股份有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业业务范围分析
- (4) 企业健康体检模式
- (5) 企业服务网点分布
- (6) 企业设备环境分析

(7) 企业竞争优势分析

9.2.7 瑞慈健康体检全国连锁机构

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业业务范围分析

(4) 企业健康体检模式

(5) 企业服务网点分布

(6) 企业客户分析

(7) 企业设备环境分析

(8) 企业竞争优势分析

9.2.8 西安普惠健康体检中心

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业业务范围分析

(4) 企业健康体检模式

(5) 企业服务网点分布

(6) 企业客户分析

(7) 企业设备环境分析

(8) 企业竞争优势分析

9.2.9 山西尚宁健康体检中心

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业业务范围分析

(4) 企业健康体检模式

(5) 企业客户分析

(6) 企业服务网点分析

(7) 企业设备环境分析

(8) 企业竞争优势分析

(9) 企业最新发展动向分析

9.2.10 上海瑞美医疗保健股份有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

- 1) 主要经济指标分析
- 2) 企业盈利能力分析
- 3) 企业运营能力分析
- 4) 企业偿债能力分析
- 5) 企业发展能力分析
- (3) 企业业务范围分析
- (4) 企业健康体检模式
- (5) 企业客户分析
- (6) 企业设备环境分析
- (7) 企业竞争优势分析

9.2.11 青岛中康国际医疗健康产业股份有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- 1) 主要经济指标分析
- 2) 企业盈利能力分析
- 3) 企业运营能力分析
- 4) 企业偿债能力分析
- 5) 企业发展能力分析
- (3) 企业业务范围分析
- (4) 企业健康体检模式
- (5) 企业客户分析
- (6) 企业设备环境分析
- (7) 企业竞争优势分析

9.2.12 杭州艾博健康科技股份有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- 1) 主要经济指标分析
- 2) 企业盈利能力分析
- 3) 企业运营能力分析
- 4) 企业偿债能力分析
- 5) 企业发展能力分析
- (3) 企业业务范围分析

- (4) 企业健康体检模式
- (5) 企业客户分析
- (6) 企业设备环境分析
- (7) 企业竞争优劣势分析

9.2.13 东莞市福华健康管理股份有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
 - 1) 主要经济指标分析
 - 2) 企业盈利能力分析
 - 3) 企业运营能力分析
 - 4) 企业偿债能力分析
 - 5) 企业发展能力分析
- (3) 企业业务范围分析
- (4) 企业健康体检模式
- (5) 企业客户分析
- (6) 企业设备环境分析
- (7) 企业竞争优劣势分析

9.2.14 华健康体检中心

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业业务范围分析
- (4) 企业健康体检模式
- (5) 企业服务网点分布
- (6) 企业设备环境分析
- (7) 企业竞争优劣势分析

9.2.15 北京华兆益生门诊部有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业业务范围分析
- (3) 企业健康体检模式
- (4) 企业服务网点分布
- (5) 企业客户分析
- (6) 企业竞争优劣势分析

9.2.16 北京圣康达健康科技发展有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业业务范围分析
- (4) 企业健康体检模式
- (5) 企业服务网点分布
- (6) 企业设备环境分析
- (7) 企业竞争优劣势分析

9.2.17 武警安徽总队医院数字化体检中心

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业业务范围分析
- (4) 企业健康体检模式
- (5) 企业服务网点分布
- (6) 企业客户分析
- (7) 企业设备环境分析
- (8) 企业竞争优劣势分析

9.2.18 泰济生医院国际健康管理中心

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业业务范围分析
- (4) 企业健康体检模式
- (5) 企业服务网点分布
- (6) 企业客户分析
- (7) 企业设备环境分析
- (8) 企业竞争优劣势分析

9.2.19 北京市体检中心

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业业务范围分析
- (4) 企业健康体检模式
- (5) 企业服务网点分布

- (6) 企业客户质量分析
- (7) 企业设备环境分析
- (8) 企业竞争优劣势分析

9.2.20 安徽省立医院健康体检中心

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业业务范围分析
- (3) 企业健康体检模式
- (4) 企业服务网点分布
- (5) 企业设备环境分析
- (6) 企业竞争优劣势分析
- (7) 企业最新发展动向分析

第十章 中国健康体检行业投融资与并购案例分析

10.1 健康体检行业投融资现状分析

- 10.1.1 健康体检行业投资壁垒
- 10.1.2 医疗健康行业投融资规模
- 10.1.3 健康体检行业投资趋势

10.2 健康体检行业投融资案例分析

10.2.1 鼎辉国际投资慈铭体检

- (1) 案例背景分析
- (2) 投资主体分析
- (3) 产生动因分析
- (4) 过程与成果分析
- (5) 案例启示分析

10.2.2 六家投资爱康国宾

- (1) 案例背景分析
- (2) 投资主体分析
- (3) 产生动因分析
- (4) 过程与成果分析
- (5) 案例启示分析

10.2.3 浙江迪升投资北京现代阳光

- (1) 案例背景分析

- (2) 投资主体分析
- (3) 产生动因分析
- (4) 过程与成果分析
- (5) 案例启示分析

10.2.4 爱康国宾赴美上市融资1.53亿美元

- (1) 案例背景分析
- (2) 投资主体分析
- (3) 产生动因分析
- (4) 过程与成果分析
- (5) 案例启示分析

10.2.5 美年大健康借壳上市

- (1) 案例背景分析
- (2) 投资主体分析
- (3) 产生动因分析
- (4) 过程与成果分析
- (5) 案例启示分析

10.3 健康体检行业并购案例分析

10.3.1 健康体检行业并购情况

- (1) 并购现状
- (2) 并购趋势

10.3.2 慈铭体检并购我佳健康体检

- (1) 案例背景分析
- (2) 并购主体分析
- (3) 过程与成果分析
- (4) 案例启示分析

10.3.3 美年大健康并购康成和德立普

- (1) 案例背景分析
- (2) 并购主体分析
- (3) 过程与成果分析
- (4) 案例启示分析

10.3.4 爱康国宾并购北京正清源健康体检中心

- (1) 案例背景分析

- (2) 并购主体分析
- (3) 过程与成果分析
- (4) 案例启示分析

10.3.5 美年大健康并购慈铭体检

- (1) 案例背景分析
- (2) 并购主体分析
- (3) 过程与成果分析
- (4) 案例启示分析

第十一章 中国健康体检行业投资前景分析 (ZY GXH)

11.1 健康体检行业发展前景

- 11.1.1 健康产业发展空间巨大
- 11.1.2 健康体检消费理念形成
- 11.1.3 健康体检行业发展前景

11.2 健康体检行业投资机会

11.2.1 健康体检行业投资风险预警

- (1) 政策风险
- (2) 技术风险
- (3) 供求风险
- (4) 竞争风险
- (5) 人力风险
- (6) 管理风险
- (7) 社会认知风险

11.2.2 健康体检行业投资机会与建议

- (1) 投资机会分析
- (2) 投资建议 (ZY GXH)

图表目录：

图表1：健康体检行业产业链

图表2：2013-2016年中国医疗诊断、监护及治疗设备制造行业主要经济指标（单位：家，万元，%）

图表3：2009-2016年中国医疗诊断、监护及治疗设备制造行业销售规模及增长情况（单位：亿

元，%)

图表4：2013-2016年中国口腔科用设备及器具制造行业主要经济指标（单位：家，人，万元，%）

图表5：2009-2016年中国口腔科用设备及器具制造行业销售规模及增长情况（单位：亿元，%）

图表6：2008-2016年我国体外诊断试剂市场规模（单位：亿元，%）

图表7：上游对健康体检行业的影响分析

图表8：近年来对公立医院改革影响较大的主要政策

图表9：国人健康意识变化

图表10：1993年以来四次居民慢性病患者率情况（单位：%）

图表11：2006-2016年中国城乡居民收入水平（单位：元）

图表12：2006-2016年城乡居民人均医疗保健支出及预测（单位：元，%）

图表13：2005-2016年中国城乡居民医疗保健支出占消费支出的比例（单位：%）

图表14：中国城乡居民人均医疗保健支出地区结构（单位：元）

图表15：日本健康体检种类

图表16：日本健康体检基本程序

图表17：英美健康体检模式特点

图表18：KYN健康管理特点

图表19：国际健康体检模式经验借鉴意义

图表20：英国BUPA健检中心优劣势分析

图表21：英国Nuffield医疗集团优劣势分析

图表22：美国Kaiser Permanente公司优劣势分析

图表23：美国Swedish Covenant Hospital优劣势分析

图表24：日本PL东京健康管理中心优劣势分析

图表25：日本圣路加医院预防医疗中心优劣势分析

图表26：日本赤十字社熊本健康管理中心优劣势分析

图表27：台湾美兆MJ诊所优劣势分析

图表28：国际健康体检行业发展趋势分析

图表29：我国健康体检业务主要经历了两个阶段

图表30：中国健康体检发展历程

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/qita/A718944LU1.html>